Sueños que el dinero (no) puede comprar

Massimiliano Gioni. Director de la Fundación Nicola Trussardi: Milán.

La invitación a este panel vino con una larga lista de preguntas. ¿Qué papel juega la mercadotecnia en la inserción de artistas, grupos o movimientos en la historia del arte? ¿En qué instancias se interrelacionan los negocios con la historia del arte, y cómo se afectan uno a otro? ¿Qué papel juega el coleccionismo en la elaboración de la historia de un periodo determinado? ¿Cómo incorporan y cuestionan los artistas el aspecto del negocio del arte en su práctica?

Antes que nada, si tuviera la respuesta a estas preguntas, probablemente no estaría aquí hablando con ustedes; más bien estaría trabajando para algún gobierno, un coleccionista o un inversor bancario, diseñando el mercado y la historia al mismo tiempo. Probablemente sería un agente de la CIA o algo así. Y, por supuesto, sería millonario.

Pienso también que las preguntas de Pablo para este panel son bastante tímidas ya que sólo hablan sobre la influencia que ejercen, una sobre el otro, la historia del arte y el mercado. Bien, pienso que no sólo se influencian una al otro—no sólo hay un coqueteo—sino que han dormido juntos durante mucho tiempo.

Lo que no quiere decir que sean corruptos o que hayan dormido con el enemigo; significa simplemente reconocer que el arte y las obras de arte tienen una vida mucho más compleja de lo que gueremos creer.

En principio, debemos recordar que las obras de arte nunca son el producto de un sólo individuo. Su vida, duración y acomodo en nuestro presente y en la historia son, antes que nada, fenómenos cultura-les y sociales: reúnen a muchas personas distintas y de intereses diversos —entre ellos frecuentemente los intereses económicos y monetarios.

Las obras de arte son depósitos de la experiencia social, y como tales "fósiles de nuestra vida económica", como dice el gran historiador del arte Michael Baxandall.

Desgraciadamente no existe la historia social del arte contemporáneo. Y sólo nos queda esperar que, tal vez un día, alguien como Baxandall encuentre el tiempo y la energía para escribir sobre el arte contemporáneo (ya que sólo ha escrito sobre el arte de la Edad Media).

El hecho es que vivimos en un tiempo bastante esquizofrénico.

Las revistas de arte, por ejemplo, incluso las más respetadas, se mantienen gracias al mercado, gracias a los anuncios colocados por las galerías; sin embargo no publican muchos artículos o debates sobre el mercado. La única discusión parece estar concentrada en los precios que las obras de arte generan en las casas de subastas. Pero se dice muy poco sobre las conexiones más profundas entre el arte y el dinero.

Una cierta educación formal, o la mala conciencia, nos ha enseñado a ver el arte desde puntos de vista muy específicos que raramente incluyen debates sobre el impacto de la economía.

Lo cierto es que el dinero está presente en el arte y en el mundo del arte, y sin embargo es raro que se comente o se escriba sobre esto.

Aunque parezca extraño, una gran parte del público del arte contemporáneo no especializado continúa viendo el arte y los artistas como un fraude, una combinación estratégica de dinero y publicidad.

Bien, no piensen que soy cínico, pero tiendo a creer que, hasta cierto punto, el gran público no especializado tiene una mejor comprensión del arte. Lo cual no significa que debamos sospechar del arte y de los artistas por su romance con el dinero y las fuerzas económicas.

De hecho, estas relaciones han existido probablemente desde que el mundo del arte fue inventado, y los historiadores del arte han aceptado la situación. Reconocer que el dinero ha jugado siempre un rol importante en la historia del arte no quiere decir que los artistas sólo se vendan. Significa simplemente que se han adaptado a la presión económica y encontrado formas de representarla o subvertirla.

El reconocimiento de que los sueños de los artistas están a la venta no quiere decir que estos sean más débiles o más superficiales. De hecho pueden hacerlos más poderosos pues esto prueba qué tan creativamente pueden reaccionar ante las imposiciones culturales y cómo la cultura es capaz cambiar para acomodar su visión.

Es por eso que en lugar de concentrarme en el arte contemporáneo, he decidido ir una paso atrás y dar algunos ejemplos históricos durante los cuales se produjeron obras maestras increíbles bajo presiones económicas muy específicas. Pienso que, mirando hacia atrás en la historia, podremos comprender un poco más nuestro presente.

Después de todo los actores actuales (coleccionistas, instituciones, patronos y clientes) han sido parte del juego del arte desde hace mucho tiempo. Reconocer el papel de estos actores no equivale a minimizar el papel de los artistas. Significa que para nuestra cultura, el arte es tan importante que no puede ser dejado solamente en manos de los artistas. Una vez más he tomado algunas ideas de Baxandall, que debería estar hablando en mi lugar.

En su extraordinario estudio sobre la pintura del siglo XV, Baxandall llega a explicar la transición de la hoja de oro y la frivolidad medieval a paisajes más realistas y poses clásicas sobre la base de razones económicas

En otras palabras, en lugar de explicar los cambios estilísticos entre un altar del siglo XV de Gentile da Fabriano y una pintura de Masaccio con base en algún tratado humanístico o algún cambio drástico en la percepción del papel del hombre en el universo, Baxandall simplemente afirma que los artistas dejaron de utilizar el oro en sus pinturas porque los coleccionistas y los patronos no lo querían más. Y no lo querían por las razones siguientes:

- · una movilidad social tremenda y la necesidad de disociarse de los nuevos ricos ostentosos;
- · la aguda escasez de oro en la Florencia del siglo XV;
- · el disgusto clásico por las licencias sensuales influenciado por los escritos neociceronianos;
- · la difusión del paño holandés, cuyos mejores productos venían en negro y que impuso, por lo tanto, un código de vestir completamente distinto entre los ricos;
- · el ritmo cambiante de la moda.

Lo cual no significa que Masaccio, Botticelli o cualquier pintor del Renacimiento no fuera un gran artista, ni tampoco que sólo le dieran a los patronos lo que éstos querían. Significa el reconocimiento de que aun en la cumbre más alta de la creación humanística, la cumbre de la revolución social y cultural, el arte se desarrollaba en la intersección de muchos factores culturales y económicos.

En la pintura de Masaccio se puede ver, incluso, un retrato de dos patronos, algo muy común — como todos sabemos— en esa época pero que quizá no suceda frecuentemente en nuestros días. Incluso las razones por las cuales los patronos invertían su dinero en arte, no son tan diferentes de las razones que guían a los coleccionistas y fideicomisos actuales.

En un raro testimonio de la época, Giovanni Rucellai, un poderoso patrono de las artes de Florencia en el siglo XV, explica porqué adquirió y comisionó piezas a artistas como Domenico Veneziano, Filippo Lippi, Verrocchio, Pollaiuolo, Andrea del Castagno y Paolo Uccello: "los mejores maestros —afirma orgulloso— durante mucho tiempo no sólo en Florencia sino en Italia". Comprar y comisionar estas obras le dieron "una gran satisfacción y un gran placer porque sirvieron a la gloria de Dios, el honor de la ciudad y la celebración de mí mismo".

Bueno, sólo remplacemos a Dios con "visibilidad" o "fama" o "educación" y tendremos un sorprendente retrato del coleccionista actual. Y no sólo estos altos valores abstractos guiaban a Giovanni Rucellai en sus compras. La adquisición de estos bienes era también una salida al placer y la virtud de gastar dinero, un placer mayor que aquel, evidentemente sustancial, de hacer dinero. Aunque el arte no era deducible de impuestos en ese entonces, adquirir obra tenía la ventaja de ser tan notable como barato: las campanas, pisos de mármol, colgantes de brocado y otros regalos de este tipo para la iglesia eran más costosos.

Existe otra interesante comparación que puede ser esbozada entre un patrono como Giovanni Rucellai y un coleccionista actual. La comisión de obras en el siglo XV no significaba sólo obtener una pintura que podía colgarse en una casa, Entrañaba producir obras de arte que podrían ser exhibidas en iglesias y capillas para ser vistas por otros. El arte no era un asunto privado entonces, sino un evento público.

Algo similar sucede hoy con museos, fundaciones, incluso medios que toman el lugar que una vez perteneció a la iglesia. Para bien o para mal, los coleccionistas más avanzados y los patronos del arte actual imaginan sus posesiones no como herramientas para la apreciación privada o la contemplación sino como maquinaria pública de consenso.

Algunos podrán decir que esto es particularmente cierto en una sociedad y un momento en la historia en el que los artistas trabajaban y trabajan a través de comisiones, ya sea en la Italia del siglo XV o en los circuitos actuales de bienales y exposiciones internacionales. Otros dirán que cuando los artistas son libres de trabajar para sí mismos, en la quietud de sus estudios, pueden escapar de estas presiones y ser realmente libres. No obstante, esta visión romántica del artista se deriva de un modelo económico y cultural muy peculiar. La idea del artista como creador independiente, libre para producir sus propias

pinturas y colocarlas donde cualquiera las pueda ver o ignorar tiene su origen en Holanda, en el siglo XVII. En otras palabras, nuestra imagen romántica del artista data de un sistema económico basado en la burguesía y en los consumidores de arte y cultura de la clase media.

El surgimiento de una nueva clase es lo que da forma a una nueva era en la producción y distribución del arte. Es —por usar un ejemplo simple— la era de Vermeer, una era de pintura de interiores, naturalezas muertas, de casas y gabinetes. Un tiempo de microcosmos y ambientes cotidianos. Es una época de pinturas a escala modesta y atmósferas modestas, donde realidad y realismo aparecen como una humilde conquista, una conquista familiar sobre los entornos inmediatos.

Este sentido particular de la propia posición en el mundo, este peculiar sentido de pertenecer a lo individual, a lo familiar puede ser leído como la expresión de una nueva clase, la clase media, que incluye a ambos, tema y cliente, en este nuevo género de pintura.

Estas pinturas son también resultado de algo similar a la producción industrial, a pesar de su apariencia modesta. Sólo por dar un ejemplo, en 1956 trabajaban en Antwerp más de trescientos pintores frente a 167 panaderías y 78 carnicerías. A lo largo del siglo XVII, comprar pinturas en Holanda se convirtió en una forma de inversión muy extendida, mucho más segura y fructífera que la compra de tulipanes.

En una visita a la feria de Rotterdam en 1641, el escritor John Evelyn narra que había miles de pinturas a la venta, y afirma que algunos de los clientes coleccionaban una cantidad increíble de pinturas, el equivalente a unas tres mil libras. Una vez más un sistema económico muy peculiar, la recién nacida burguesía, produce y se refleja en una forma nueva de arte, un lenguaje estilístico nuevo y una manera nueva de manejar la obra de arte.

Se supone, desde luego, que las cosas deben ser distintas cuando hablamos de arte contemporáneo, una fase en la que —así nos enseñaron— los artistas deben oponerse y criticar la sociedad y, eventualmente, el sistema económico en el que actúan. Está bien, pero vayamos a las raíces del modernismo, al momento en el que queremos creer que comenzó esta actitud rebelde.

Tomemos como ejemplo a los impresionistas. ¿Qué pintaban? ¿Dónde exhibían? Ciertamente se definían a sí mismos como opositores al gusto de salón, pero la negación de esta estética no les impedía abrazar y abordar los temas económicos e intereses comerciales nuevos. Después de todo, es con los impresionistas que surge la estructura moderna de las galerías. Y sus temas, los héroes de sus pinturas y los paisajes que retratan no son tanto la vida silvestre en la naturaleza. Thomas Crow ha escrito mucho sobre el tema, y no puedo dejar de mencionar algunas citas extraídas de algunos de sus libros y ensayos. Crow afirma que, "los artistas en ascenso, después de 1860 (nosotros podríamos decir los impresionistas o posimpresionistas) sucumbieron a la división del trabajo como especialistas del ocio de tiempo completo, técnicos de la estética que pintaban las expectativas sensuales de los consumidores de medio tiempo" que, casualmente, eran tanto los modelos como los clientes de las pintores impresionistas.

Dicho de otra forma, la vanguardia, desde los primeros días del impresionismo, no sólo representaba sino que mediaba el lenguaje y la estrategia comercial del entretenimiento y el turismo.

Piensen en los impresionistas pintando circos, teatros y las escapadas del domingo de Pascua. Pero piensen, también, en el dadaísmo, el surrealismo, e incluso el romance del futurismo con las tácticas de choque y la vida secreta, casi mágica, de los objetos y su mecánica del deseo.

En el momento en que critican y atacan el mundo que los rodea, dadaístas, surrealistas, futuristas y cubistas están utilizando los instrumentos y el lenguaje de la industria pesada y el mundo donde la clase media vive confortablemente. Y más aún, queriéndolo o no, preparan también el terreno para la publicidad moderna con una de sus armas más poderosas: el mundo donde mercancías y objetos afectivos cobran vida y crean y pueblan un paisaje de sueños autónomo.

¿Qué sucede si llegamos lo suficientemente lejos para ver los momentos radicales en la historia del arte contemporáneo desde esta perspectiva? ¿Acaso no fue la desaparición del objeto en los años 60 y 70 lo que preparó el terreno a la economía de productos intangibles y flujos abstractos de información? ¿No es el arte conceptual lo más cercano que hemos llegado a la industria del *software* y la economía de servicios actuales donde un nombre o una marca son más valiosos que el producto manufacturado en sí? En un mundo que se define a sí mismo como la "era de la información", es irónico y a la vez apropiado que la continua circulación de información sobre el mundo del arte y sus servicios se haya convertido en una fuente primordial de ganancias en sí misma.

El hecho es que incluso los ejemplos más radicales de la tradición moderna no pueden trascender el sistema económico y cultural donde surgieron. Algunas veces se relacionan con éste aun nivel más abstracto, metafórico, imitando el lenguaje o las estructuras de las fuerzas industriales o económicas. Otras veces dependen directamente del sistema económico para poder sobrevivir.

De cualquier forma, reconocer la proximidad o la promiscuidad entre arte, cultura y economía no significa relegar arte y modernismo como algo corrupto o descalificar su capacidad de generar cambios sociales.

Nuevamente, las brillantes palabras de Thomas Crow: "Desde un principio los éxitos del modernismo no han radicado en afirmar o negar su posición concreta en el orden social sino representar esa posición en su contradicción, llevando a cabo la posibilidad de una conciencia crítica general."

Es por eso que al final no es tan importante saber que los lienzos de Pollock fueron usados como telones de fondo para tomas fotográficas de *Vogue*, y tampoco es tan crucial saber que, en cierto momento, Warhol estuvo dispuesto a firmar cualquier cosa a cambio de una modesta cantidad de dinero. No importa si el artista coquetea con el dinero o incluso si se prostituye completamente, porque el buen arte tiene el poder de llevarnos a otro lugar, en el instante mismo en el que se sumerge en el presente.

Este es un razonamiento crucial para nuestro entendimiento de la historia del arte y para la historia del arte contemporáneo. Reconocer que el ámbito social, cultural y económico tienen un fuerte papel

en formar, no sólo la condición en la que el arte se produce o se consume, sino que la mirada actual del arte no significa transformar a los artistas en títeres, maniobrados desde los acontecimientos económicos y culturales. El arte y los artistas, como decía Focillion, satisfacen ciertas necesidades, pero también produce nuevas necesidades. El arte está en el tiempo y a la vez está fuera del tiempo. Inventa un nuevo mundo, en el instante en el que refleja al mundo en el que nace.

Lo que dice Focillion no es un bla, bla, bla idealista; quiere decir que el arte puede también construir códigos de comportamiento social y cultural. Toma como ejemplo los retratos de Van Dyck, que, de hecho, le dieron forma a una nueva imagen de la aristocracia británica. Van Dyck vivió en un país brutal y violento, agitado por revoluciones e instintos básicos, y sin embargo en sus pinturas imaginó y extrajo una humanidad desconocida a los modelos de sus retratos.